

**ПОЛЯКОВА Е.А.**, студент, НТУ «ХПИ»

**САВИЧ В.Ф.**, студент, НТУ «ХПИ»

**АЛЕКСАНДРОВА В.А.**, ст. преп., каф. ЭАиУ, НТУ «ХПИ»

## **РОЛЬ       МАРКЕТИНГОВЫХ       ИССЛЕДОВАНИЙ       НА ПРЕДПРИЯТИИ**

На данном этапе развития экономики является невозможным существование предприятий и фирм, без эффективного использования маркетинговых исследований. Возрастает значимость маркетинга, как для деятельности больших, так и средних предприятий, и фирм, так же маркетинг становится более разнообразной и сложной формой деятельности, результаты исследований которой позволяют анализировать рынок и принимать важные управленческие решения. Поэтому, данная проблема актуальна и значима, как в Украине, так и во всём мире.

Маркетинговые исследования - это комплекс мероприятий, по проектированию, сбору, обработке и анализу данных, которые нуждаются в специальных исследованиях. Исследованиям обычно подвергается микросреда предприятия: конкуренты, клиенты, потребители, а также внутренний потенциал предприятия и другие составляющие рынка. Целью данных исследований является получение достоверной информации для облегчения процесса принятия ответственных управленческих решений, что позволяет, снизить риск внедрения неперспективных вариантов развития компании, а также для предсказания предпочтений потребителей и разделение их по уровню доходов [1].

Отечественные фирмы, при проведении маркетинговых исследований в настоящее время сталкиваются с различными проблемами. Одной из частых и главных проблем, является непрофессиональное и не объективное проведение маркетинговых исследований [2]. Причинами возникших проблем являются, во-первых, неустойчивость и непредсказуемость развития экономической и политической ситуации в стране и, как следствие этого, целью большинства фирм является обеспечение текущей прибыли предприятия, а, во-вторых, предприятия

пренебрегают и недооценивают полезность исследований маркетинга, так как отсутствует положительный опыт их проведения [3]. Без достоверной информации невозможно точно проанализировать рынок, а так же удовлетворить потребности покупателей.

При успешном внедрении маркетинговых исследований в деятельность предприятия, есть возможность оптимизировать ассортимент продукции и своевременно адаптировать его к меняющимся требованиям рынка, найти свой рынок, повысить конкурентоспособность продукции, а затем контролировать и удерживать большую долю рынка [4]. Так же, исследования маркетинга дают возможность определить направления, где более выгодно сбывать товар. Поиск идей, разработка новых товаров и фирменного стиля, модифицирование уже выпускаемых изделий, усовершенствование маркировки, улучшение упаковки, определение способов патентной защиты и решение множества других задач предприятий, всё это является результатом маркетинговых исследований, которые в будущем позволят предприятию вести эффективную рыночную деятельность и целенаправленную конкурентную борьбу [3].

#### **Список литературы:**

1. Маркетинговые исследования рынка товара [Электронный ресурс] // allbest. – 2013. – Режим доступа к ресурсу: [https://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0a65625a2ac78b5c43b88421206d36\\_0.html](https://knowledge.allbest.ru/marketing/2c0a65625a2ac78b5c43b88421206d36_0.html);
2. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс] // Студопедия. – 2014. – Режим доступа к ресурсу: [https://studopedia.su/7\\_44180\\_rol-marketingovih-issledovaniy-v-deyatelnosti-predpriyatiya.html](https://studopedia.su/7_44180_rol-marketingovih-issledovaniy-v-deyatelnosti-predpriyatiya.html);
3. Реброва Н.П. Маркетинг в машиностроении [Электронный ресурс] / Реброва Н.П. // gendocs.ru – Режим доступа к ресурсу: [http://gendocs.ru/v20871/реброва\\_н.п.\\_маркетинг\\_в\\_машиностроении?page=2](http://gendocs.ru/v20871/реброва_н.п._маркетинг_в_машиностроении?page=2);
4. Роль маркетинговых исследований в деятельности предприятия [Электронный ресурс] / Омский государственный институт сервиса // studfiles. – 2015. – Режим доступа к ресурсу: <https://studfiles.net/preview/4080534/page:7/>.